

Новая грамотность

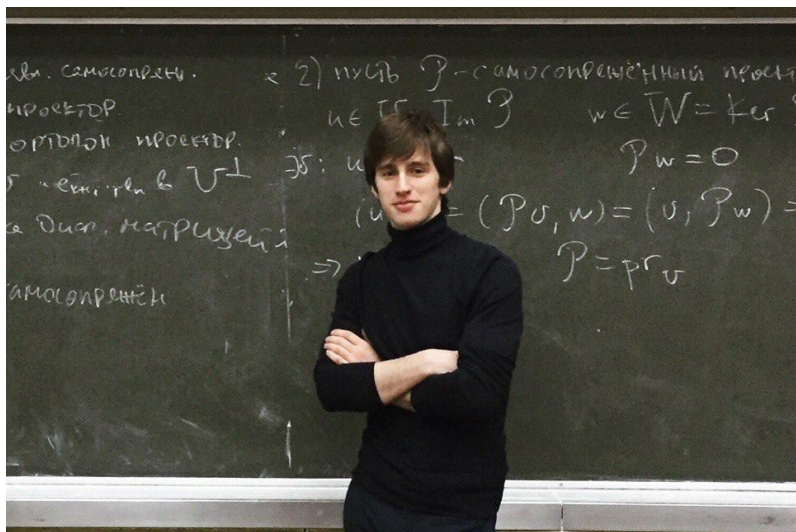
Как разглядеть идею внутри себя, собрать её за вечер и показать людям

Впервые за всю историю человек может задумать что угодно и сразу это воплотить, не спрашивая разрешения, не собирая денег и годами не собирая команду. Стена между идеей и готовым проектом рухнула. На её месте появляется новая грамотность, такая же, какой когда-то стали чтение, вождение, умение искать в интернете, и совсем скоро она перестанет быть преимуществом и станет просто необходимостью. Эта книга о том, как разглядеть идею внутри собственной жизни, собрать её за один вечер с помощью искусственного интеллекта и показать людям так, чтобы они узнали в ней себя. Без обещаний лёгких денег, с опорой на исследования и на живой опыт. Кто освоит это первым, успеет к так называемым, сливкам.

Арон Закрия

2026

Прежде чем начнём



А это я на фото.

Меня зовут Арон Закрия. Я математик по образованию. Закончил механико-математический факультет МГУ, и мне посчастливилось сейчас в аспирантуре писать диссертацию именно о нейросетях. Это то, чем я в принципе сейчас больше всего занимаюсь по жизни. Тема моей диссертации связана с тем, как научить нейросеть моделировать испарение веществ. Не буду углубляться.

А ещё я предприниматель. За последние годы я собирал с помощью искусственного интеллекта много всего. Приложения, целые сервисы, продавал их. Какие-то до сих пор развиваю. Проводил публичные челленджи. А точнее, три раза провёл челлендж, как заработать миллион рублей с помощью нейросетей за один месяц. И сейчас аудитория у меня около 700 тысяч человек в соцсетях.

И у меня в этом рассказе нет никакого желания произвести впечатление. Дело в том, что я дальше буду о чём-то рассуждать и что-то предсказывать. Предсказывать я, конечно же, буду на основе именно фактов, наблюдений и исследований, поскольку я счи-

таю, что в рассуждениях важно знать, кто их делает, поэтому и рассказываю. В общем, мне очень приятно познакомиться, и я очень рад, что ты читаешь эти строки.

Хватит обо мне. Давай мы с тобой попробуем представить одну любопытную ситуацию, о которой, наверное, мечтает каждый, и не скрою, я в том числе. Ты оказываешься ровно на год раньше. Вот закрой глаза и представь, что ты оказался в эту же дату, только год назад, и ты владеешь очень разной информацией. Ты знаешь, какая команда выиграет, какая компания будет стоить дороже, какая монета взлетит, вообще что будет происходить в этом мире. И твоя задача правильно распределить свои деньги. Что бы ты стал делать?

Вопрос, конечно, очевидный. Ты вложил бы в победителей, вложил бы в то, что вырастет, и вышел бы оттуда сказочно богатым.

И вот в этой книге я хочу показать тебе несколько фактов, которые случатся наверняка. Пророком я себя не считаю. В классическом смысле, а просто смотрю на цифры. Я смотрю, куда идут деньги, в какие технологии вкладываются, как они развиваются. А ещё учусь по истории того, как это вообще случалось раньше. То есть что происходило с технологиями, как они развивались, как они распространялись и как делали новые слои людей богатыми.

Два с половиной года назад я говорил о вещах, над которыми смеялись вполне образованные люди. И всё, что я говорил, сбылось. Вот только сбылось быстрее, чем я думал. Об этом я расскажу чуть далее.

Так вот, прямо сейчас, на наших глазах, появляется новая грамотность. Такая же, какой когда-то стали умение читать, водить или искать в интернете. Глупо, наверное, сейчас спрашивать у человека: а умеешь ли ты гуглить? Вот примерно то же самое сейчас происходит. И это происходит с тем, что на данный момент люди считают прям каким-то сильным преимуществом. И совсем скоро это перестанет быть преимуществом и станет просто необходимостью, как умение читать, умение гуглить, звонить. И тот, кто

первым получит этот навык (ещё важнее, поймёт, как этот навык использовать), тот сможет сорвать все сливки, как бы это громко ни звучало.

А ещё в этой книге ты узнаешь, как придумывать, как использовать свой опыт и свою жизнь, чтобы создавать идеи, как эту идею реализовать и как эту идею показывать людям, чтобы привлечь десятки тысяч человек на твой проект. Это всё является такой вот частью большой картины, которую я постараюсь показать тебе по порядку.

Я исхожу из того, что раз ты читаешь эти строки, то ты обладаешь критическим мышлением, и верить мне на слово ты не должен. И потому почти под каждым своим рассуждением я оставил либо ссылку на исследование, либо понятное доказательство того, что это работает. Так что там, где я говорю о том, как устроено внимание человека, как устроено наше мышление, почему и что нам мешает развиваться, ты встретишь имена исследователей и ссылки на их исследования.

И точно последнее. Я не прошу тебя ничему верить наперёд и ничего делать на ходу. Я прошу одного, что если у тебя есть какое-то время, то постарайся прочитать это до конца, это будет для тебя очень полезным. Спорь со мной, рассуждай, но постарайся дойти до заключения. Потому что только дойдя до неё, ты получишь полную картину.

Пролог

«Лохи как обычно поверят». Такой комментарий оставили под моим видео два с половиной года назад, когда я показал, как я собрал сайт и продал его за 15 тысяч рублей. Тогда сайты продавали дороже, собирали их либо через конструктор, либо вручную, а я уже нашёл способ собирать с помощью искусственного интеллекта. Делал это быстрее, поэтому мог отдать дешевле. Уточню, что в том видео я показывал весь путь, как я это делаю: что говорю заказчику, сколько беру и за что.

Это было время моих первых публичных челленджей, которые начались два с половиной года назад. Затеял я его для того, чтобы самому погрузиться, а публично сделал для того, чтобы держать себя в тонусе. С помощью искусственного интеллекта я собирал сайты, простые приложения, создавал рекламные ролики, логотипы, озвучивал тексты. И к тому моменту даже такие простые вещи уже приносили деньги. Первый месяц я заработал 526 тысяч рублей, потом сделал следующий челлендж, где заработал чуть больше, 604 тысячи, а на третьем мне не хватило буквально 35 тысяч до миллиона рублей.

Большая часть моих подписчиков меня, конечно же, поддерживала, я им очень благодарен, до сих пор с ними общаюсь. Но немало было и критиков, вернее сказать, хейтеров. Изучая их страницы, тогда я довольно глубоко и близко это воспринимал. Я понимал, что это люди образованные. Среди них были программисты, маркетологи, финансисты, дизайнеры. В общем, те люди, кого принято слушать. Они писали абсолютно уверенные в своей правоте и в том, что я не прав: что я наверняка нанял программистов, дизайнеров, каких-то людей и каждый раз выдаю чужую работу за свою. Что компании, если узнают, не купят то, что сделано машиной,

потому что это слишком примитивно. Что ролики и логотипы, собранные через ИИ, никому не нужны. И весь мой челлендж не более чем такой вот фокус для особо доверчивых.

Прошло два с половиной года. Давайте попробуем оглянуться вокруг. Каждый третий баннер на улице, как минимум каждое третье рекламное видео (не только на баннерах, но и на телевидении, в интернете) делается с помощью искусственного интеллекта. Сайты почти перестали собирать по старинке. Те конструкторы, что были, наблюдают упадок трафика, потому что всё чаще их делают через искусственный интеллект. А за логотип начинающая компания уже никогда не заплатит 10 или 15 тысяч, если она хоть немного грамотная, потому что это рисуется за минуту или даже за секунды и почти даром.

То, что два с половиной года назад звучало как бред, стало обыкновенной жизнью, которую уже не надо доказывать, которую уже видят. И эти же самые грамотные люди, которые смеялись над тем, что я делаю, говоря, что это неправда, сегодня пользуются ровно тем, над чем смеялись. Интересно, признали ли это? Но это не имеет значения. Повсюду теперь не только эти продукты искусственного интеллекта, но и люди, которые их делают, они перестали быть особой породой, и с каждым месяцем их всё больше.

Говорю я это совсем не для того, чтобы торжествовать своей правотой. Дара предсказания без аналитики я в себе, к сожалению, пока не обнаружил. Всё это сбывается по причине довольно скучной: я просто посмотрел на цифры и на факты и увидел, куда они ведут. Я видел, что это за технология, какой у неё потенциал, видел, какие деньги и кто туда вкладывает и с какой скоростью она растёт, не от года к году, а от месяца к месяцу. Мне просто нужно было соединить эти факты. На самом деле, куда это идёт и к чему приведёт, было бы ясно любому, кто не поленился бы посмотреть.

И я абсолютно не сомневался, что скоро это окажется везде. Что создавать сложные по тогдашним меркам продукты с помощью искусственного интеллекта станет базовым умением примерно

через пять лет. И что на неумение это делать мы будем смотреть так же, как смотрим на пожилых людей, которые не могут отправить фотографию в WhatsApp. И вот во всех этих краткосрочных предсказаниях я ошибся только в одном. Всё сбылось быстрее, чем я тогда думал.

Так вот, если рядом с тобой есть люди, которые говорят, что всё это преувеличение, что, по сути, всё это уже останавливается, что уже выясняют, куда, что и как происходит, я прошу тебя с ними не спорить. Я только напомним, что ровно то же самое мне говорили грамотные люди два с половиной года назад. А как оно вышло, ты видишь сам.

Глава 1

И это всё, что нужно было сделать? Этот вопрос подсознательно не отпускал меня всё то утро, а после ещё несколько дней возвращался ко мне даже посреди разговоров, когда я с глупым выражением лица снова спрашивал себя: и это всё, что нужно было сделать?

Случилось это через два года с момента запуска моего челленджа, а именно в декабре 2025 года. А началось всё с того незначительного, о чём мне почти неловко даже говорить. Наверное, у тебя тоже так бывает: сидишь и не знаешь, за что тебе взяться. Этим делом заняться или тем, решить необходимые вопросы или заняться саморазвитием, о чём вообще думать прямо сейчас, а на что можно не обращать внимание.

Признаю, что заводить ради этого стройные заметки и чертить схемы я не стал. Просто потому, что знаю за собой давнюю привычку: когда я берусь за что-то такое, что, по моему мнению, не является супер обязательным, я берусь за дело с воодушевлением и чаще всего бросаю его на середине. И потому я придумал себе такой сервис. Ты рассказываешь ему вслух, кто ты и чем живёшь, а он собирает из этих слов, из этих рассказов такую карту (ну или, если математически правильно, граф с рёбрами), на которой каждый узел, каждая мысль связана с другими, и каждый узел является чем-то, что присутствует в твоей жизни.

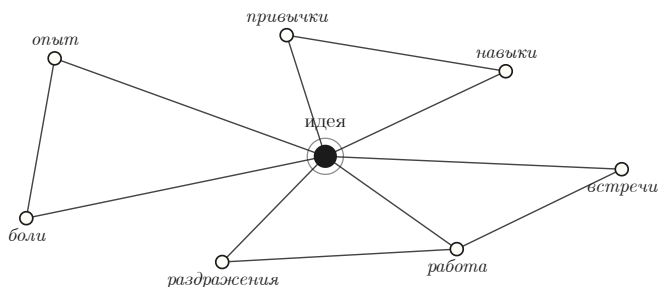


Рис. 1. Жизнь как граф: узлы — то, из чего она состоит (опыт, привычки, навыки, боли), рёбра — связи между ними. Идея рождается на их пересечении.

Собрал я его через искусственный интеллект, обычными словами: просто сказал, чего хочу, а он соответственно писал за меня код. Мы это выложили, и на всё у меня ушло, наверное, часа три. К теме создания мы обязательно вернёмся. Я им воспользовался, мне понравилось, и, разглядывая, подумал: а что если эта проблема не только у меня и найдутся люди, которым интересно вот это дело посмотреть? Я сделал этот проект открытым, добавил туда аутентификацию (тоже с помощью искусственного интеллекта, сам я абсолютно ничего не программировал, просто писал ему, что нужно сделать).

А после того как я его опубликовал... Знаете, вот бывает, когда ты вроде бы веришь, а вроде бы и не веришь, что зайдёт, и поэтому не особо стараешься. Я снял очень простой ролик, из всех роликов, что мне доводилось снимать. Занял он у меня от силы полчаса. Самым простым монтажом, на переднюю камеру телефона, я показал этот сайт, сказал примерно, кому это нужно, кто и с чем сталкивается, как оно работает, и опубликовал.

Утром я открыл статистику и увидел, что зарегистрировалось три с половиной тысячи человек. К вечеру следующего дня их было уже 7000. И с тех пор, хотя прошло полгода и я не сказать что прям очень глубоко развивал этот сервис, в нём набралось уже 55 тысяч человек. И мне на данный момент уже предлагают за

этот проект 5 миллионов рублей. То есть предлагают купить его за 5 миллионов, а я не продаю, потому что пока это остаётся для меня зоной экспериментов. Таких экспериментов, где есть риски, где мне нужно уже работать с большим количеством людей. Я знаю, что дальше могу его развивать и буквально через месяц продать уже за 10 миллионов.



А тут я как раз узнал, что за вечер на «Горизонте» собралось уже 7000 человек.

Откуда вообще берётся эта цена в 5 миллионов рублей? Давай я попробую объяснить на самых базовых принципах. В одном из базовых вариантов зарегистрироваться в этом проекте можно было через телеграм-бот, и в сам момент авторизации человек видел перед собой уведомление, политику конфиденциальности, правила ис-

пользования и разрешал боту, который проводит эту авторизацию, писать ему. Так что ничего завуалированного тут нет. А это значит, что каждый пришедший живой пользователь этого сервиса также подписывается на этого бота, и я могу отправить ему сообщение. То есть у меня остаётся прямой канал связи с этими людьми. И более того, этот человек своим голосом рассказал сервису, кто он, чем занят и что для него важно. То есть я могу этим 55 тысячам людей отправить персонализированные сообщения.

Если бы такого подписчика я покупал через рекламу, то по нынешним оценкам статистики один человек обошёлся бы мне примерно в 150 рублей, а то и больше, если речь идёт про какую-то узкую аудиторию. Давайте возьмём самый скромный счёт, по сотне за одного. Три с половиной тысячи человек пришло ко мне за одну ночь. Это триста пятьдесят тысяч. А за день ко мне пришло семь тысяч человек. Это семьсот тысяч за сутки.

И заметьте, я здесь не упомянул, приносит ли доход сам сервис, окупается ли он, есть ли в нём подписки или какая-то встроенная реклама, потому что я пока этого не делал, потому что мне пока очень важно тестить. Да и вообще речь совсем о другом. О том, сколько такой сервис в самом базовом своём виде стоит для того, кому нужна эта аудитория, эти живые люди с их интересами и с возможностью с ними как-то связаться. Доходность, это отдельный разговор, а я говорю здесь только о том, во что превратился один мой вечер. И это простая арифметика.

Поскольку я до этого занимался маркетингом, очень долгое время настраивал таргетированную рекламу для своих проектов, всё это не давало мне покоя целое утро. Потому что у меня полностью разрушилась картина о том, как вообще легко можно приводить людей в свой сервис. Это полностью сняло с меня вот этот барьер, произошло полное переформатирование моего понимания. И поэтому я задавал себе вопрос: и это всё, что нужно было сделать?

Ладно, допустим, это была бы одна ситуация. Чуть позже, спустя месяц, я запустил другой сервис, с которым, к сожалению, допустил ошибку, о которой жалею по сей день. Но которая очень

многое мне объяснила и показала, и, возможно, этот опыт перевешивает то, что я потерял. Начну с небольшой предыстории, это важно, чтобы ты понимал, откуда всё идёт.

Я с детства любил книги с иллюстрациями, и у моего отца дома стояло целое собрание иллюстрированных изданий. Я часами разглядывал эти картинки, прежде чем добирался до самого текста. И с годами эта привычка у меня никуда не делась. Казалось бы, она детская, но нет. Берясь за новую книгу, я первым делом представлял себе лица героев, потому что удержать их в воображении мне далеко не всегда удавалось. Особенно, например, когда читаешь Толстого и видишь, как он описывает Наташу Ростову. И вот собрать это описание в одно живое лицо и пронести его через весь роман у меня не выходило. Экранизация тоже очень редко выручает, потому что режиссёр выбирает актёра под свои соображения и, конечно же, под кассу.

И вот однажды вечером я подумал: нейросети ведь всё это умеют делать. То есть ты можешь составить описание, закинуть его в нейросеть, сгенерировать картинку. А что если я соберу все эти нейросети вместе и упрощу весь этот процесс? Человек просто вводит название книги, выбирает нужных героев, и всё, он получает их визуализацию. Так вот, почему нет такого сервиса, задумался я. Просто вписываешь название книги, и всё.

Было около восьми вечера, я дал себе несколько часов, твёрдо зная, что иначе завтра уже забуду про эту идею. И примерно к двум часам ночи сервис у меня работал. Я впервые ввёл «Гордость и предубеждение» и через минуту смотрел на лица этих героев. И ещё раз: этот сервис я полностью создавал с помощью искусственного интеллекта, я просто писал ему текст. Программировать я не умел, повторяю. Просто писал, создавал, и потратил на это где-то 5-6 часов. А сама сборка по стоимости обошлась мне примерно в 10 тысяч рублей.

За три дня на сервис пришли примерно девять с половиной тысяч человек, и о нём написал Forbes. Вы можете прямо зауглить, Forbes Book Vision, вы найдёте. Или там есть ещё другие сервисы.

И через неделю я продал его за миллион рублей. И продал, к сожалению, рано. Вот это как раз о том, о чём я. Причина? Мне изначально было немного стыдно признаваться, но давайте начистоту. Во мне просто проснулось тщеславие.



Здесь я продаю BookVision за миллион рублей и подписываю сделку с GPTunnel — агрегатором с аудиторией в два миллиона пользователей.

Потому что сервисом заинтересовалась сильная команда. Настоящие программисты, один из крупнейших агрегаторов страны с двумя миллионами пользователей. И мне очень захотелось услышать, как они оценят мою работу. Конечно, мне было волнительно, но услышать хотелось ещё больше. Как посмотрят на мой проект, созданный с помощью искусственного интеллекта, люди, которые

понимают в коде несравнимо больше меня. Да и в продукте, наверное, тоже. И подсознательно, и даже вполне сознательно я готовился к приговору.

Но приговора не было. Их не заботило качество моего кода. Они сказали, что всё исправят, потому что код для них дело наживное. Покупают они пользователей, интерес вокруг сервиса и, в общем, весь проект, то, что не напишешь с помощью ручного ввода или каких-то идей. Потому что код пишется за неделю, это понятная история, а вот интерес нельзя просто так написать, его нельзя вот так точно предугадать.

И вот тогда я понял, точнее убедился, что исчезла вот эта стена. Потому что ещё несколько лет назад между человеком, у которого была интересная идея, и тем, у кого уже есть готовый продукт, стояла именно стена, сложенная из месяцев труда, немалых денег и команды, которую надо было ещё отыскать, уговорить и содержать. И эта стена рухнула. А из-за неё открылось кое-что очень интересное. Что на самом деле в проекте в первую очередь имеет смысл то, сумел ли ты сделать что-то такое, к чему людям захочется прийти.

И люди уже переходят в формат, где, если есть идея, я её очень легко реализую. Они переходят в ту сторону, и с каждым месяцем таких людей становится всё больше. И вот во что нужно поверить: если у тебя есть идея и есть понимание, как её реализовать, ты должен как можно быстрее это сделать и проверить.

Новая грамотность

Я счастлив жить в этом веке, а точнее в 2026 году XXI века. Впервые за всю историю человек может задумать что угодно и сразу это воплотить, не спрашивая ни у кого разрешения, не собирая денег и не собирая под свою затею людей и целые годы.

Но прежде чем мы пойдём дальше, хочу избавить себя от одной мысли, от которой точно нужно избавиться. Мысль такая: всё это прекрасно, но это для тех, кто разбирается, для молодых, для технических, для людей особого склада, а я буду читать и смотреть на них от всей души, радоваться за них со стороны. И я хочу эту мысль разобрать, потому что в разобранном виде избавиться от неё будет намного легче.

Давай поступим по-простому и рассмотрим, как вообще в истории появлялось какое-то новое умение. Потому что тут мы видим очень точный повторяющийся паттерн, который, наверное, если попробовать, можно записать даже формулой или системой. К примеру, умение читать. Много веков грамота была уделом узкого сословия, людей особого положения, и обычный человек не то что не умел читать, он и не думал, что ему это нужно. И так оставался на своём месте, потому что всё важное ему и так скажут вслух те немногие, кто владеет этими буквами. Читающий человек выглядел в хорошем смысле белой вороной, он был носителем очень редкого и почти подозрительного искусства. И когда выяснялось, что простой человек умеет читать, все ахали, спрашивали, где ты этому научился, потому что это было очень необычно.

А потом это умение расхodziлось всё шире и шире, пока не наступило время, когда не уметь читать сделалось уже стыдом, признаком отсталого, неграмотного человека, который выпал из жизни. И этот же путь проходит всякое важное умение, которое внача-

ле кажется уделом избранных. Например, так же было, когда появились первые автомобили: водить умело небольшое количество людей, и это было почти сакральное ремесло. Сегодня, конечно, нет ничего зазорного в том, чтобы не иметь водительских прав, но никто не спорит, что человек без них выпускает целый пласт свободы, доступной остальным. То есть это умение дарит нам необходимую свободу.

Далее, когда в наши дома пришли персональные компьютеры, разобраться в них тоже было сродни таланту, и того, кто умел, либо брали в школу преподавателем информатики, либо звали на помощь всей большой семьёй. А сегодня и ребёнок, и старик спокойно делают то, за что двадцать лет назад платили специально обученному человеку. А давайте вспомним про Google: когда искать в интернете было новинкой, найти нужное среди огромного количества информации выглядело волшебством. А теперь мы даже не вспоминаем о том, что это какое-то умение, до того оно вросло в нашу обыкновенную жизнь.

Я думаю, что примеров достаточно. И давай ещё раз проследим за этим движением. Сначала новое умение принадлежит немногим и выглядит трудным, редким, не для простых людей. Но потом оно даёт этим немногим сильное преимущество, и они продвигаются очень глубоко вперёд, пока другие тянутся следом или вообще даже не осознают, что нужно тянуться. А потом наступает момент, когда это умение перестаёт быть преимуществом и становится просто нормой, которой обязательно нужно обладать. И человек, который им не владеет (как бы это ни было неприятно), отстаёт. А те, кто начал рано, уже настолько во всём этом продвинулись, настолько в этом варятся, что уже создают на основе этого свои компании. Они уже давно всё прочувствовали, именно они и становились теми, кто создавал новый мир, создавал новые технологии, кто диктовал, куда нужно двигаться.



Рис. 2. Путь всякого нового умения — от редкого преимущества немногих к общей норме. Так прошли чтение, вождение и поиск в интернете; работа с искусственным интеллектом сейчас в самом начале этого пути.

Так вот, умение работать с искусственным интеллектом, умение вынимать из себя идеи, умение показывать эти идеи, умение реализовывать эти проекты, взаимодействовать и говорить ему, что ты хочешь получить готовым, будь то сайт, приложение, сервис, автоматизация, видео, идёт ровно этой же дорогой, по абсолютно тому же закону. И сейчас им обладает хоть и очень маленькое по сравнению с общим количеством людей, но уже достаточно большое число людей. То есть оно уже перестало быть редким преимуществом, и с каждым месяцем для людей, которые собирают что-то своими руками, не обладая никакими техническими знаниями, через искусственный интеллект, это становится так же естественно, как найти нужное в поисковике.

Так вот, но это ещё не всё. Собирать это не только всё, что нужно, надо ещё уметь это генерировать, надо уметь соединять это со своим опытом, со своими идеями, иметь смелость это развивать. Мы сейчас с тобой стоим ровно в той точке, где собрать своё всё ещё выглядит преимуществом и тем, что выделяет человека среди прочих, потому что создавать что-то с помощью искусственного интеллекта в целом умеют не более одного процента людей. Но при

этом мы находимся в том времени, после которого это может сделаться простым основанием. И я вижу это по тому, с какой скоростью прибывает количество людей, для кого собрать что-то своё давно стало обычным делом.

И застать этот промежуток, этот период, стоя по нужную его сторону, куда спокойнее, намного вероятнее зайти туда сейчас, чем нагонять потом. Речь не про то, чтобы прямо спешить и прямо сейчас этим заниматься, нет. Вопрос в том, чтобы просто не откладывать надолго то, что рано или поздно всё равно станет для тебя таким же будничным и необходимым, как письмо или поиск. Но очень важно, чтобы ты как можно раньше туда зашёл, для того чтобы ощутить преимущества первых, пока для других это ещё не появилось, пока не возникло такой сильной конкуренции.

Так вот, тебе не нужно ждать специального разрешения, какого-то особого умения и особого склада ума. Ровно так же, как не нужен особый склад, чтобы научиться читать, водить, искать в интернете. Всё это под силу самому обычному человеку, и рано или поздно ты это освоишь, просто потому что это необходимо будет освоить. А сейчас, сейчас с этим умением ты на передовой. Осваивать тебе всё равно придётся, потому что иначе будешь отстающим, но сейчас у тебя есть преимущество перед теми, кто задумается об этом на год позже.

И ещё раз хочу смело это заявить: это новая грамотность, которую ещё, к сожалению (ну или к счастью), не осознали. И она станет такой же обыкновенной, как и все прежние.

Цена попытки

Допустим, ты поверил, что новое умение несложное или в целом ты с ним знаком, и сейчас встаёт другой вопрос, который в этом случае для большинства одинаковый: что именно собирать, откуда взять ту самую идею, которая будет интересна людям и которая приведёт тысячи и тысячи человек. Моя жизнь слишком обычная и небогатая на события, чтобы родить из неё что-то, что заинтересует такое количество людей.

Давай я сразу начну со спойлера и скажу, что на самом деле в твоей жизни есть очень много всего интересного с точки зрения создания сервиса, но тебе лучше посмотреть на весь путь сразу, чтобы убедиться в том, что и у выдающихся людей или предпринимателей, та же история.

Этот путь делится на три шага: первый шаг, придумать идею, второй, собрать эту идею, и третий, показать её людям. И все эти шаги состоят в единой системе, вот бывают в математике системы уравнений, из которых, если выбросить хотя бы одно уравнение, сама система становится неполной, и здесь то же самое: каждый шаг не имеет значения, если он не стоит в одной системе с остальными двумя.

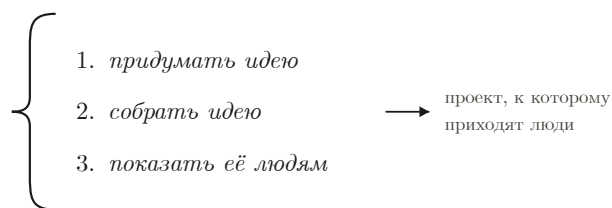


Рис. 3. Три шага как система: убери хотя бы одно «уравнение» — и она становится неполной.

Шаг первый: придумать идею

Начнём, очевидно, с первого, с идеи. Неуверенность в идее останавливает сильнее, чем техническая трудность, нехватка денег или времени. Тебя настигает страх, что идея твоя недостаточно хороша, что она слишком простая, что она уже наверняка кому-то приходила в голову, и что настоящие идеи бывают у других людей (у людей с рогами), но только не у меня, я же себя знаю. Пройдя через все эти круги самобичевания и глубоко в себя вобрав синдром самозванца, скажу, что этот страх знаю и достаточно близко, и потому не стану тебя утешать, а лучше попробую снять его с тебя трезвым расчётом, почитай далее, и всё тебе станет ясно.

И начну этот расчёт с того, что принято думать, будто в мире уже всё придумано, все ниши прибиты гвоздями, а рынки заняты людьми, которые пришли раньше тебя. На деле это не так, и идея, способная изменить твою жизнь, с большой вероятностью лежит внутри тебя прямо сейчас, и единственное, что от тебя требуется, это её разглядеть.

В 2007 году двое ребят из Сан-Франциско не могли заплатить за квартиру, а в город приехала большая конференция, и все отели были забиты под завязку, тогда они вытащили из шкафа три надувных матраса, разложили их на полу гостиной и сдали троим приезжим, так родился Airbnb. Несколькоими годами ранее человек по имени Рид Гастингс заплатил штраф за просроченную видеокассету и задумался, а что если бы прокат работал как абонемент в

спортзал, когда платишь один раз и пользуешься сколько хочешь, так появился Netflix. А в 1998 году Сара Блейкли отрезала пятки у колготок, чтобы они не торчали из-под брюк, и подумала, что если такая проблема есть у неё, то она есть и у миллионов других женщин, и со временем стала одной из первых женщин, сделавших миллиардное состояние с нуля. Ни один из этих людей не сидел в таблицах и не считал потенциал рынка, никто не изобретал ничего невероятного, все они просто жили и решали собственную бытовую проблему, которая в итоге стоила миллиарды.

У этого феномена есть имя, его в 2012 году описал Пол Грэм, основатель акселератора Y Combinator, через который прошли Airbnb, Stripe, Dropbox и десятки других миллиардных компаний, и назвал он это явление *schlep blindness*, то есть слепота к тяжёлому труду. Мозг человека устроен экономно, и когда он видит идею, которая требует много возни, длинных переговоров, ручной поддержки и юридических заморочек, он просто не показывает её твоему сознанию, причём делает это не как осознанный отказ, а как фильтр на самом входе, и идея проходит мимо тебя незамеченной. Ловушка в том, что самые ценные идеи, те, что потом стоят миллиарды, требуют именно тяжёлой работы, поэтому их и не видно, и чем сильнее идея пугает мозг, тем старательнее он её от тебя прячет.

Есть здесь и второй слой, ещё более неожиданный, потому что чем ближе идея к твоей собственной жизни, тем сильнее срабатывает этот фильтр. Представь риэлтора, который двадцать лет наблюдает, как клиенты не понимают договор и задают одни и те же вопросы, и через двадцать лет он этих вопросов уже не слышит, потому что мозг отвечает на них сам и идёт дальше. А программист, который лишь однажды покупает квартиру, видит тот же хаос с договорами и думает, что можно собрать сервис, который читает договор и объясняет человеку, что стоит подписывать, а что нет. Идею на миллион здесь увидит программист, хотя весь опыт и все знания были у риэлтора, просто его собственный опыт давно стал для него невидимым. Самые большие компании в истории по-

строились на чьих-то слепых пятнах, и твоё слепое пятно тоже не недостаток, а нетронутый потенциал, который никто, кроме тебя, не реализует.

Это не только теория Грэма и не только мои наблюдения, в MIT этот феномен изучают уже полвека. Ещё в 1976 году профессор Эрик фон Хиппель опубликовал работу о том, кто на самом деле изобретает научные приборы, и обнаружил, что до 80 процентов нововведений в этой отрасли придумали не производители, а сами учёные, которые этими приборами пользовались, потому что учёный сталкивался со своей задачей, прибор её не решал, и тогда он переделывал инструмент под себя, а из этих переделок рождались целые новые рынки. Фон Хиппель назвал это *user innovation* и на протяжении сорока лет находил тот же паттерн в десятках отраслей, в спорте, в медицине, в софте, в строительстве, и всюду значительная часть изобретений шла от обычных людей, которые что-то делали для себя. Вывод его прост, идеи на миллион не выдумывают в кабинетах и не добывают специальными методами, они рождаются из биографии конкретного человека, который сам является пользователем.

У тебя есть эта биография, есть боли, привычки и повторяющиеся раздражения, есть навыки, которые ты применяешь каждый день и давно перестал замечать, и где-то в этой биографии лежит идея, способная изменить твою жизнь, а проблема всего одна, ты слишком близко к ней и потому сам её не видишь. Раз идея спрятана так близко, разглядеть её самому трудно, и тут нужен кто-то снаружи, кто вытащит её из тебя, в стартап-индустрии для этого есть отдельная профессия, стартап-интервьюер, когда напротив тебя садится человек и час задаёт около восьмидесяти вопросов обо всей твоей жизни, чтобы разобрать всё, через что ты прошёл. Методика создавалась десятилетиями, на исследованиях MIT и Гарвардской бизнес-школы, и раньше пройти такое интервью стоило от 500 до 5000 долларов. Мне пришла идея заменить этого интервьюера искусственным интеллектом и провести через такое интервью любого человека почти даром, так появился инструмент, который я

назвал «Идея-экстрактор» и который живёт по адресу trueprojects.ru/idea-extractor, он расспрашивает тебя о твоей жизни, подстраиваясь под каждый ответ, а в конце выдаёт несколько идей, связанных именно с тобой, и подсказывает, чем каждую из них можно собрать. К нему ты вернёшься чуть позже, когда дочитаешь книгу и мы дойдём до практической части, а сейчас достаточно удерживать одну мысль, что идею для своего проекта не обязательно искать снаружи, потому что она с большой вероятностью уже лежит внутри тебя, и достать её вполне реально.

Дело в том, что тебе кажется, будто этот шаг держится на способности с первого раза придумать сильную идею, которая отзовётся у тысяч, десятков и сотен тысяч людей, и про эту способность с первого раза попасть в нужную точку нужно знать одну вещь: она не существует в том виде, в каком её представляют. Даже самые большие компании родились из большого количества неудачных идей, никто не умеет заранее угадывать на сто процентов, что выстрелит. Если тебе нужно обоснование, на эту тему проведено исследование: психолог Дин Кит Симонтон, десятилетиями изучавший творческую продуктивность, вывел правило, которое назвал правилом равных шансов, суть его в том, что даже у великих учёных и художников заранее нельзя предсказать, какая именно работа окажется выдающейся, успех приходит почти случайно, и число удач просто растёт вместе с числом попыток. Проще говоря, у того, кто делает сто вещей, шедевров выходит больше, и выходит их больше только лишь от числа попыток, а точность удара почти ни при чём.

То же самое показал социолог Дункан Уоттс в своём опыте: он с коллегами создал онлайн-площадку с музыкой, где тысячи людей слушали и скачивали незнакомые песни, и запустил несколько параллельных миров с одними и теми же песнями на старте, и оказалось, что в разных мирах в хиты выбивались разные песни, одна и та же песня где-то становилась звездой, а где-то нет, и предсказать заранее, что выстрелит, было невозможно, потому что успех решился далеко не только качеством, но и стечением обстоятельств.

И вывод отсюда очень простой: если угадать нельзя, то и не надо, надо просто пробовать чаще. Поэтому давай сразу условимся, что сильная идея приходит к любому человеку за несколько десятков попыток, и вся задача в том, чтобы для тебя перестало иметь значение, окажется ли она первой попыткой или пятой.

Покажу на примере. Когда ты снимаешь на телефон ребёнка, собаку, пейзаж, ты делаешь много кадров с разных ракурсов, чтобы увеличить вероятность поймать нужный, а потом оставляешь один, ради которого всё и снималось, остальные же стираешь или просто не обращаешь на них внимания, как в моём случае. И когда ты этот единственный кадр публикуешь, допустим, в соцсетях, то никого не волнует и никто не думает, был он первым или семнадцатым, для этих людей существует только этот кадр. А у того, кто не фотографирует вообще, не выходит и этого единственного кадра, и это, как ты понимаешь, уже никак не связано с везением, потому что взять этот кадр попросту неоткуда. С продуктами абсолютно то же самое. Дело в том, что раньше создание продукта, как мы уже говорили, стоило месяцев, ты мог позволить себе одну или от силы две попытки в год, и каждая идея давила весом того единственного кадра, который нельзя запороть. А сегодня весь путь от мысли до готового проекта, у которого уже есть пользователи, укладывается в считанные дни, и за год у тебя тем более набирается десяток проверенных попыток, и среди них почти наверняка оказывается та самая, которая привлекает тысячи и тысячи пользователей, которую хотят купить другие или которая приносит тебе доход, та, что будет приносить тебе деньги и, лучше того, позволит тебе заниматься любимым делом, связанным именно с твоим проектом. А раз ты заранее знаешь, что успеваешь за год сделать десять заходов, тебе уже не так важно, выстрелит у тебя первая идея или седьмая, потому что показать в итоге ты покажешь сильную, а остальной путь останется, как и те стёртые кадры.

Исследователь Стивен Доу из Стэнфорда поставил опыт: одни люди делали один вариант и вылизывали его, а другие сразу несколько вариантов параллельно и выбирали лучший, и те, кто де-

лал несколько, в итоге получали заметно более сильный результат, их работы оценивали выше, а сами они учились быстрее. Больше попыток, то есть большее их количество, дают выше потолок, потому что лучшее из десяти всегда лучше единственного из одного.

Шаг 2: собрать проект

Теперь перейдём ко второму шагу, ну и я, конечно же, объясню, как он связан с первым. Саму механику сборки, каким набором инструментов и в каком порядке собирается рабочий проект, мы подробно разберём в самом конце книги, в практической части, поэтому здесь я не уйду в технику, чтобы держать так сказать нит рассуждения.

Когда на воплощение идеи выходили месяцы работы и большие деньги, ты оценивал каждую идею с осторожностью, причём далеко не вся наша осторожность осознанна, чаще всего она неосознанна, и очень многие вещи мы делаем автоматически, бессознательно, и ты заранее прикидывал, справишься ли, не потеряешь ли слишком много времени, и незаметно отказывался от смелого и непривычного, оставляя лишь то, что казалось надёжным. И делал ты это вполне оправданно, потому что второй шаг был тяжёл, и ты выбирал ту идею, которую точно сможешь довести до конца, в которую точно веришь или которая точно подтверждена какими-то твоими оценками. Так вот, тяжесть второго шага, именно реализации, делала твой первый шаг примитивным, или, люблю это слово, пресным. И у этой связи есть доказательства: психологи Даниэль Канеман и Амос Тверски описали и измерили, что человек боится потери сильнее, чем радуется равной выгоде, и показали, что потеря переживается примерно вдвое острее, а пока цена ошибки высока, этот перекося тянет тебя к чему-то безопасному и убирает смелые, то есть рискованные варианты. Есть ещё и наблюдение более прямое: исследователи, изучавшие, как люди относятся к новым идеям, обнаружили, что в тревоге и неопределённости человек только на словах хочет новизны, а вот бессознательно, внутри, он

отвергает то, что оригинально, как слишком рискованное. То есть страх не просто мешает воплощать смелую идею, он мешает даже разглядеть её в себе.

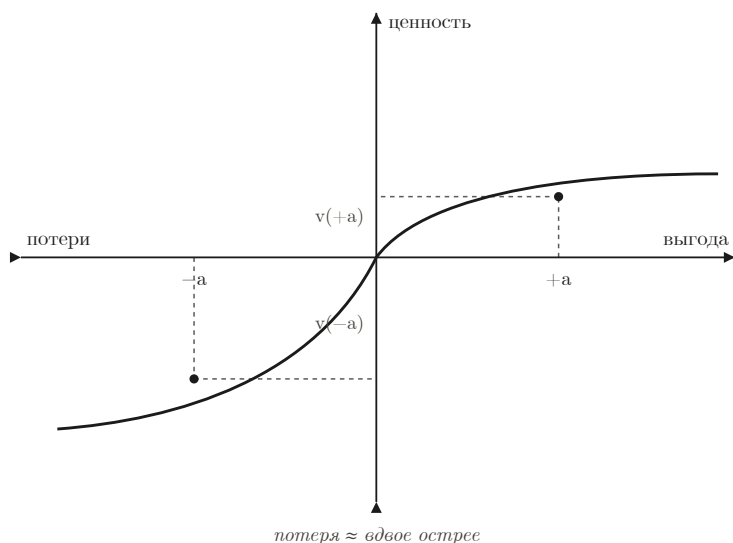


Рис. 4. Функция ценности (Канеман и Тверски): равные по величине выгода и потеря переживаются по-разному — потеря примерно вдвое острее.

Теперь, когда собрать рабочий проект можно за несколько дней и без затрат, эта осторожность, этот страх уходит, без преувеличения начинаешь думать совсем по-другому, наверное, ты уже начал так думать. И ты берёшься за то, что раньше отложил бы как слишком дорогое или рискованное, ты уже не смешиваешь свою идею с подстраховкой, не ставишь всё на один надёжный вариант, не подгоняешь свою богатую человеческую фантазию под то, что заведомо выйдет дешево. И сама возможность легко проверить любую догадку, идею, прозрение влияет на то, как ты думаешь в самом начале, и на первом шаге, когда ты генерируешь идеи, у тебя рождаются идеи глубже, смелее, потому что за ними больше не стоит страх испортить дорогую попытку. Гарвардская исследова-

тельница Эми Эдмондсон показала, что там, где человек не боится наказания за промах, он смелее пробует и предлагает необычное, а если за ошибку бьют, все жмутся к чему-то проверенному. То есть дешёвая попытка и есть то самое право на ошибку, только выданное тебе новой технологией.

Вывод: провалиться теперь почти ничего не стоит, а значит, бояться нечего, вот эту мысль ты должен запомнить с самого начала. И хоть это исследование абсолютно очевидно, тем не менее, когда мы видим, что его проводили и оно подтверждено, нам становится легче. Так вот, выходит такая, можно сказать, в некотором смысле математическая взаимосвязь: чем проще стал второй шаг, тем лучше делается первый, чем легче тебе создавать, тем свободнее и творчески ты думаешь, а чем свободнее и чаще ты придумываешь, тем вернее среди твоих попыток окажется одна сильная. И напоследок ещё одно важное утверждение, которое поставит здесь точку. Экономист Стефан Томке, изучавший, как компании изобретают, показал, что удешевление эксперимента меняет подход к самому творчеству: когда пробовать становится дёшево, люди пробуют больше и смелее, и хороших находок при этом становится пропорционально больше, и то, что раньше было доступно большим лабораториям с деньгами, теперь доступно и тебе тоже. Вот в чём мысль.

Но не всё так красиво, и очень важно эту мысль тебе сказать. Дешёвая попытка, к сожалению, не сделает за тебя всю работу и далеко не всегда гарантирует, что у тебя выйдет шедевр, который принесёт тебе сотни миллионов, хотя может такое быть и с первого раза, я этого не отрицаю. Эта дешёвая попытка даёт тебе много дешёвых попыток вместо одной дорогой, и этого достаточно для того, чтобы ты поддался простой арифметике: больше смелых заходов, и лучше результат лучшего из твоих заходов. Также есть и обратная сторона. Дело в том, что тот самый перекося, который заставляет тебя бессознательно беречь единственный дорогой заход и выбирать наверняка, никуда не делся, ты всё ещё по-прежнему чувствуешь потерю острее, чем равную ей выгоду, вот только целить это

чувство теперь надо уже в другую сторону. Раньше ты боялся потерять дорогую попытку, а сегодня терять в этой попытке нечего, но всякий месяц, когда ты стоишь в стороне, это десяток дешёвых проб, что прошли мимо тебя неиспользованными, и ни одной из них тебе потом не вернут, а вместе с ними не наступает и та будущая версия тебя, которая уже умеет собирать своё и держит за год десяток честных заходов. Тот человек, который продвинулся, потому что продвинулся и в маркетинге, и в бизнесе, и в расчётах, и в психологии, ведь такой вот проект, который делаешь от души и который понимаешь, двигает тебя в целом вперёд. И на самом деле на этом ты теряешь огромное количество денег, потому что потеря эта, хоть и не видна тебе и не болит так сильно, как, например, трата денег, или сил, или времени, ты её не замечаешь просто потому, что явно её не ощутил. Но при этом тебе придётся это делать в какой-то момент, вот в чём проблема, тебе придётся это делать, потому что все будут это делать, и этот навык станет для тебя абсолютно обязательным. На любой работе, даже на самой низкой, тебе скажут, вот ты умеешь это делать, а ты скажешь, нет, ну тогда вот это будет проблемой. А сейчас это явное преимущество.

И как пример, что это не стройная теория, вернусь с тобой к сервису, за который мне заплатили полмиллиона. Идея этого сервиса лежала на самой поверхности, её мог придумать любой, кто хоть раз в жизни читал книгу, хоть раз хотел разглядеть лицо героя, в ней не было ни капли гениальности, ни особого ума, я до сих пор уверен, что придумать её мог абсолютно кто угодно. Но сделал её я. И вся разница между мной и тем, кому та же мысль приходила, или теми хейтерами, которые говорят, что идея просто лежит на поверхности, была не в качестве идеи, а в том, что для меня перестало иметь значение, хороша эта идея или нет, достаточно ли она хороша, чтобы показать её людям. Я просто сел и за одну ночь её проверил. Так вот, идея не должна быть гениальной, ей достаточно быть проверенной.

Шаг 2: показать проект

За два с половиной года я набрал больше 700 тысяч подписчиков в разных соцсетях и научился делать так, чтобы ролик, снятый на телефон как бы между делом, приводил мне тысячи разных пользователей на мои сервисы. И, конечно же, здесь нужно учитывать момент, про который я говорил до этого: количество попыток и в моём случае имеет огромную роль, чем больше попыток, тем больше у тебя возможностей. До этого я четыре года занимался таргетингом в своей онлайн-школе, ставил его в Instagram, Facebook (запрещённых в России), во ВКонтакте, позже в Telegram, и в общем-то привлёк где-то 500 тысяч разных подписчиков, так что опыт этот дался мне не так просто. И сейчас я бы хотел им поделиться настолько, насколько это возможно в рамках этой книги, и то, что я вспомню, о чём считаю важным рассказать, обязательно расскажу.

У меня не было и нет курсов про то, как набирать аудиторию, потому что считаю, что это не в моей сфере интересов. Однако могу сказать, что из того, что я видел, такие ролики встречаются часто: людей учат приёмам, как держать камеру, куда встать, какую музыку подложить, какие настройки в телефоне выставить, какой свет наложить, но за этими приёмами они не показывают главного, и вполне возможно, что и сами этого не понимают. Я здесь не собираюсь учить тебя приёмам, хотя какие-то примеры я показывать буду. Дело в причине, почему людям стоит смотреть то, что ты сделал, почему они заинтересовываются тем, что ты показываешь. И если ты поймёшь причину, то приёмы под неё построятся сами. Я постараюсь под каждым моим дальнейшим мнением и выводом, который я использую в своих соцсетях, подкреплять исследованием конкретных учёных, то есть сначала я говорю, как это работает, а потом покажу, какое на эту тему есть исследование. Я пришёл к этому через свой опыт, методом проб и ошибок, и уже потом оказалось таким совпадением, что на эту тему были вот такие исследования.

Вернёмся к тому, как показать свой проект, чтобы люди в него регистрировались, интересовались, оплачивали, чтобы проект развивался, рос в числе пользователей и начал приносить тебе доход. Показать его можно за деньги и без денег. За деньги это конкретная реклама: Яндекс Директ, Telegram Ads, VK Ads, это закупка у блогеров в разных соцсетях, это посевы. Здесь всё несложно с точки зрения того, чтобы показать людям, но сложно с точки зрения того, чтобы понять, что у тебя работает, это называется креативами, и мы сейчас именно в эту сторону углубляться не будем, потому что изначально я подразумеваю, что этот эксперимент для нас должен стоить дёшево. Сейчас все сети, ну по крайней мере большинство из них, позволяют нам продвигаться абсолютно бесплатно, и вариант без денег это ролики, которые ты снимаешь и выкладываешь на YouTube, в TikTok или в Instagram, и, как я уже сказал, именно с этим мы сейчас и будем разбираться. Второе, конечно, не бесплатно, точнее, бесплатно только в деньгах, за это придётся заплатить и временем, и трудом, но это время сто процентов окупится, потому что ты получишь новый навык.

Видеоформат, личный бренд, соцсети вообще стали новой реальностью, через которую люди реально доверяют брендам. Вот возьми самых продвинутых блогеров: они пришли уже совсем на другой уровень, их зовут на мероприятия, на конференции, на заседания правительства и парламентов, с ними общается президент, ну и так далее. Они стали очень влиятельными, и мир правда сдвинулся туда, где короткое видео стало тем, из чего люди узнают прямо обо всём. И вот этот навык является очень важным, поэтому я рекомендую, даже не говоря о том, что это бесплатно, двигаться именно в эту сторону. Сейчас речь у нас пойдёт про Instagram (запрещён на территории Российской Федерации).

Начну с глубокой ошибки каждого: тебе не нужны подписчики, чтобы твой ролик набрал тысячи и чтобы на твой сервис, который ты будешь показывать, пришло большое количество людей. Знаю, что в это поверить трудно, потому что все измеряют свой успех подписчиками, но платформы устроены немного по-другому. Даже

если у тебя вообще нет подписчиков, новый ролик показывают не всем сразу, Instagram сначала даёт его небольшой сотне-другой человек. Если ты опубликуешь видео даже на новом аккаунте, ты увидишь, что там появляются какие-то просмотры, и алгоритмы устроены так, что они следят: какая глубина просмотра, какие реакции, вернулись ли посмотреть, сохранили, переслали ли кому-то, откликнулась ли эта первая сотня. И если откликнулся большой процент из этой сотни, то ролик уже идёт к тысяче, потом к десяти тысячам и расходится на людей, которые на тебя вообще не подписаны и никакого понятия о тебе не имеют. А если эта сотня осталась равнодушна, ролик встаёт, и хоть миллион подписчиков за тобой, этот ролик, может, и приведёт пару сотен человек, но реально не залетит. Поэтому ролик, который залетел даже у нулевого аккаунта, намного сильнее ролика, который не залетел у миллионного. Зафиксируй, что платформе не важно, кто ты, ей важно одно: задержались люди на ролике или пролистнули, сколько досмотрели до конца, сколько переслали, сколько сохранили, вот что она считает, и по этим показателям решает, надо ли тебя показывать и продвигать дальше или нет. Так работают алгоритмы не только в Instagram, но и в TikTok, и в YouTube, и они улучшаются и улучшаются. Поэтому давай зафиксируем вывод, который, по моему мнению, должен развязать тебе руки: ролик должен соревноваться не за подписчиков, а за отклик вот этой первой сотни.

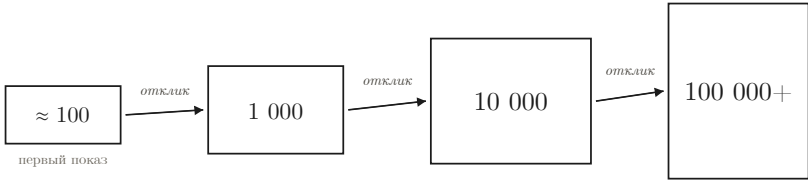


Рис. 5. Как расходится ролик: платформа показывает его первой сотне, и только её отклик открывает путь к тысяче, десяти тысячам и дальше. Решают не подписчики, а отклик первых зрителей.

Например, у меня, когда я опубликовал свой первый челлендж, второе видео залетело на миллион просмотров и принесло мне где-то 11 тысяч первых подписчиков, но до этих 11 тысяч у меня было всего лишь 40 подписчиков. И вот эти 40 подписчиков, понимаешь, они не могли так делиться моим видео, чтобы туда пришли ещё десятки тысяч. Я в этом убеждался не раз, и лучше всего вот какой был момент: когда у меня было где-то 300 тысяч подписчиков, я сделал одно видео, которое привело мне 200 человек на платформу, а второе, про тот же самый проект, просто другое видео, привело мне 20 тысяч пользователей. То есть сам проект не менялся, идея тоже не менялась, подписчиков не прибавилось, просто был другой заход, другой была та сторона, с которой я подошёл к человеку, и вот в этом была вся разница.

Чтобы избавиться от напрасных мучений, хочу поделиться тем, что ты не угадаешь, какой ролик у тебя выстрелит. Я тоже не угадываю. Я примерно знаю, что если он будет соблюдать вот эти факты, то вполне возможно зайдёт, но это тоже вероятность, и никто их не угадывает. Это не нехватка опыта, просто так мы устроены, как бы мы ни учились, как бы ни развивались, мы плохо предсказываем, что понравится другим людям, потому что мерим по себе, а другие люди устроены немного иначе, они отличаются от нас. То, что тебе может казаться скучным, может задевать тысячи людей, а то, чем ты гордишься, что ты любишь, может вообще людей не заинтересовать. Это называется эффектом ложного консенсуса, его описал психолог Ли Росс в конце семидесятых, он доказал, что человек бессознательно считает, будто другие думают и чувствуют так же, как он, и раз за разом на этом ошибается. Так вот, раз угадать нельзя, то и не надо гадать, надо пробовать: делаешь разные заходы к одному проекту и смотришь, где отклик лучше, где хуже. И если не всякий ролик залетит, это вообще не провал, это обычная разведка.

Сейчас я покажу тебе примерно три захода, которые я использую. Самый простой это показать, как проект просто работает. Ты открываешь фронтальную камеру, говоришь, что вот если ты та-

кой-то и такой-то, я создал этот проект для тебя, а дальше показываешь с экрана, как твоим сервисом воспользоваться. Тебе можно наладить какой-то свет, чтобы ты был виден, но специальный свет тебе не нужен, монтаж не нужен, можешь хоть наговорить голосом и наложить поверх записи экрана. Такое видео может залететь, но не от того, как именно ты его снял. Дело в том, что я заметил: у твоего проекта есть несколько функций, например, он может делать вот это, а потом может сделать вот это (здесь, пожалуйста, вставь какие-нибудь аналогии, примеры), и лучше всего про каждую снять свой ролик и показывать по очереди, причём с разной очерёдности: в одном ролике ты начинаешь с того, что он умеет вот это, в другом начинаешь с другой функции, потом с третьей. Эти разные возможности задевают разных людей, бьют по разным болям и разным проблемам, и заранее ты не сможешь угадать, какая зажжёт человека, какая его привлечёт, поэтому надо пробовать разные и показывать одну функцию за другой по очереди. В первую очередь ты смотришь на то, на что отзываются люди: куда идут, что пересылают, на какой момент реагируют. Например, соц-сети показывают статистику, в какой момент люди ставят лайки, в какой лучше глубина просмотра, а в какой она падает. И тут есть ещё и вторая сторона, она достаточно для продвинутых, но тебе стоит её тоже запомнить: ты не просто привлекаешь пользователей на платформу и выясняешь, что заходит, а что нет, ты ещё можешь выяснить, что в твоём проекте реально интересует людей и что тебе лучше всего развивать. То есть по тому, в какой момент люди лучше всего ставят лайки, ты можешь определить, где сильная сторона твоего проекта, а где слабая, которая тебе не нужна.

И ещё про так называемые хуки. Хук это то, что ты показываешь в первые секунды, и, к сожалению, они действительно многое решают. Дело в том, что внимание человека откликается на что-то новое, на движение, на живое лицо ещё до того, как он начал раздумывать. Это открытие сделал ещё Иван Павлов, он назвал это ориентировочным рефлексом, а позже этот феномен подробно описал психофизиолог Евгений Соколов: организм невольно поворачи-

вается к новому раздражителю, потому что когда-то от этого зависело, выживешь ты или нет. И лицо мозг выхватывает быстрее всего, на десятки миллисекунд раньше, чем ты успеваешь понять, что именно ты увидел. Поэтому с записью экрана лучше, когда сначала на секунду ты показываешь немного себя, а потом уже идёт экран, то есть не надо с самого начала показывать экран. Я не говорю, что в этом случае точно залетит, но я обычно делаю так.

И вот мой пример номер два: мой заход берёт не столько через проект, сколько через тебя. Ты начинаешь не со слов «вот, показываю мой сервис», а с какой-то короткой истории, в которой человек обязательно должен узнать себя. Дело в том, что когда человек слышит прямую рекламу, он защищается, потому что ищет подвох, в частности среди русскоязычной аудитории это особенно развито, а когда он слышит живую историю, он уже погружается в этот рассказ и перестаёт спорить. Это проверили психологи Мелани Грин и Тимоти Брок в 2000 году и назвали переносом: человек, которого захватила история, уходит в неё, и критик внутри него уходит, он перестаёт спорить с тем, что слышит. А через какое-то время он уже начинает слышать эту речь так, будто она только про него, а про себя человек воспринимает историю совсем по-другому, чем про чужого, и у этого есть эффект, названный эффектом отнесения к себе, его описали ещё в семидесятых: всё, что человек примерил на себя, он запоминает лучше. И моя озвучка к ролику про Gorisont так и сделана, я начинал не с того, что «вот мой сайт», а с того, что «если ты смотришь это видео, значит, ты такой-то и такой-то, тебе уже недостаточно имён и ты тянешься к вещам поглубже». Я попадал в зрителя, он узнавал себя. В этом и суть захода: сначала укол узнавания, чтобы человек тихо подумал про себя «это про меня», и лишь потом проект как ответ на то, что человек о себе узнал. Не «смотрите, что я сделал», а «со мной было так, и с тобой, наверное, тоже, и вот что мне помогло».

И теперь заключительный, третий заход. Я считаю его самым перспективным, хотя исследовал его пока недостаточно и снимал во многом потому, что мне самому такой подход нравится. Здесь ты

начинаешь ни с проекта, ни с себя, ни с человека, а с проблемы, которую человек, и ты в том числе, носит в себе, порой её не замечая и о ней не думая. И этот подход опирается на нашу древнюю черту внимания: мы острее чувствуем угрозу и потерю, чем выгоду. Даниэль Канеман и Амос Тверски, которых я упоминал ранее, два психолога, чьи работы получили Нобелевскую премию по экономике, показали, что потеря переживается человеком примерно вдвое сильнее, чем равная ей выгода, поэтому слова о том, что станет лучше, задевают слабее, чем понимание, что вот сейчас, сию минуту, ты что-то можешь потерять.

И есть ещё одно наблюдение мое, ученые её называют лёгкостью восприятия: чем проще и яснее то, что ты говоришь, тем охотнее человек это принимает. Её изучали Ротлисбергер и Шварц, так что ясность даёт тебе вес, какого не приобретёшь никаким громким словом. Так вот, проблема, и вот чем она оборачивается для тебя, вот факты, и так далее. Это совсем не значит, что ты кого-то обманываешь, конечно нет, ты просто честно называешь то, что человек и так носит в себе, и что ему действительно важно. И вот ещё один момент: люди пересылают не то, что им понравилось, а то, что их встряхнуло, разожгло, поразило или задело за живое. Здесь тоже есть исследования: Йона Бергер и Кэтрин Милкман разобрали тысячи статей, которые расходились по сети, и увидели интересную закономерность, глубже всего идёт то, что вызывает какое-то сильное чувство, это может быть восторг, изумление, злость, тревога. Грусть, как ни странно, расходитя плохо, а вот изумление и восторг разносятся намного быстрее и глубже. И дело в том, что, пересылая, человек говорит что-то о себе, показывает, какой он, что его трогает, и потому делится тем, за что ему не стыдно, что красит его в собственных глазах и, по его мнению, в глазах других людей. Просто держи это в уме, возможно, где-то сможешь это использовать.

И последнее, это относится уже не к самим роликам, а к проекту. Не надо с самого начала делать проект платным, сделай его бесплатным, и для себя расходы сведи к минимуму, насколько мо-

жешь. Причина далеко не в щедрости, а в том, что, когда показываешь проект, у тебя должны быть люди, пользователи, и их должно быть много, потому что ты должен их узнать. Плата на входе отсекает поток, ведь твой проект пока ещё никто не знает, и она отсекает возможность увидеть, что людям на самом деле нужно, поэтому пусть для начала люди заходят свободно. Когда они зашли, ты уже смотришь, что они делают внутри, и это тоже можно просто общаясь с искусственным интеллектом: ты видишь, куда чаще всего идут, на что жмут. Настроить это несложно, ты просто просишь искусственный интеллект отслеживать, куда идут люди, и он показывает, что цепляет сильнее. Положим, у твоего сервиса несколько возможностей, допустим, их две, и ты видишь, что люди приходят ради одной, а потом снова и снова идут к другой, и вот ту часть, которая тянет сильнее всего, и стоит со временем сделать платной. Сначала за небольшие деньги, и это важно, не надо мучиться, какую цену назначить, это ловушка жадного, который в итоге не получит нужного эффекта. Ставь самую маленькую цену, какую можешь, потому что маленькая цена почти никого не отпугнёт, зато покажет, готовы ли люди вообще за это платить, а когда ты это уже поймёшь, сможешь поднимать, это проще простого. Начать с высокой цены и отпугнуть опаснее, чем начать с низкой и потом подрасти, потому что так ты вообще не поймёшь, готовы люди платить за что-то или нет.

Вот, в общем, и всё, что нужно знать про продвижение своего проекта. Не какие-то специальные приёмы, не хитрости с монтажом, а то, что стоит именно в основании, а в основании стоит человек по ту сторону экрана, такой же, как ты, как мы все. И дело в том, что надо понять, как устроено внимание человека, его любопытство, его желание поделиться. А чтобы это понять, тебе нужно практиковаться, показывать именно на реальных своих проектах. И если ты научишься это делать, ты никогда не останешься без людей, где бы ты ни был и что бы ты ни собрал, потому что если ты знаешь причины, то всегда будешь знать и приёмы.

Заключение

Вот и всё, что я хотел тебе рассказать. Ниже, под этим заключением, уже стоит инструкция, как собираются проекты и какие инструменты для этого используются.

Мы с тобой прошли этот путь, и спасибо, что дочитал до конца. Мы поняли, как рождаются идеи и как относиться к ним в новых реалиях, как эту идею собрать и как показать её людям. Главное, как показать так, чтобы к твоей идее пришли пользователи, чтобы люди о ней узнали. И если ты читал до этих строк, ты как раз тот человек, ради которого я это и писал, ты увидел картину целиком.

Возможно, всё это время у тебя был один вопрос, я его чувствую, потому что мне его иногда задают, да и сам бы я его задал первым. Столько опыта, столько лет, а он взял и выложил это просто так, бесплатно, зачем? Давай ответчу честно.

Подвоха нет. Я делюсь этим потому, что мне это приносит настоящее удовольствие. Так уж я устроен, и давно перестал этого стесняться: моё эго насыщается не деньгами и не цифрами, а количеством людей, которым я принёс реальную пользу и которые потом сказали спасибо. Ради этого я вообще всё это и делаю. И потому всё, что ты здесь прочитал, написано не для того, чтобы тебя впечатлить, а от души, ровно так, как я это чувствую, вижу и понимаю сам. Человек я очень критичный, в первую очередь к себе, и не стал бы писать того, во что не верю и чего не проверил на собственном опыте.

И я хочу, чтобы ты вынес отсюда не приёмы и не список того, что надо нажать. Приёмы устареют уже через полгода. Я хочу, чтобы ты вынес одно: стена, которая раньше стояла между человеком с идеей и готовым проектом, рухнула. И теперь между тобой и тем, что ты можешь создать, стоит только твоё собственное решение начать.

Ты не обязан спешить и бросать всё прямо сейчас. Но не откладывай надолго, потому что каждый месяц в стороне это десяток непройденных дешёвых попыток, которые тебе уже никто не вернёт. А та версия тебя, которая умеет собирать своё, может наступить очень скоро, куда скорее, чем ты сейчас думаешь.

Так что закрой эту книгу и открой пустой экран. Расскажи ему свою первую идею, какой бы простой она ни казалась. Идея не должна быть гениальной, ей достаточно быть проверенной. А остальное ты уже знаешь.

С тобой был Арон

Как собрать проект

Всю дорогу я обещал, что дам тебе саму механику, и вот мы до неё дошли. Дальше уже не рассуждения, а конкретные шаги, инструменты и порядок действий, то, что ты можешь открыть в любой момент, когда сядешь собирать своё.

Вокруг сборки проектов сложились две крайности. Первая захватывает людей дотошных, они выясняют, каких агентов подключить, как выстроить сложную архитектуру, как вылизать дизайн ещё до того, как продукт увидит хоть один живой человек. Со стороны кажется, что они заняты серьёзным делом, а на деле они месяцами доводят то, что можно было проверить за вечер, и часто не выпускают ничего, потому что улучшать можно бесконечно, и всегда остаётся ещё одна деталь.

Вторая крайность обратная. Тут собирают проект одним запросом, пишут машине пару строк и ждут готовое приложение целиком. И эта дорога не так плоха, как о ней думают. Большой, много-составный проект одним запросом не собрать, тут она бессильна. Но чтобы быстро проверить идею, увидеть, цепляет она людей или нет, простого запроса более чем хватает, и я хочу, чтобы ты про это знал.

Из двух я выбираю вторую. Лучше собрать грубо и просто, упёреться в её потолок и так проверить идею, чем утонуть в усложнении и не выпустить ничего. Кривой результат, который увидели люди, стоит несравнимо больше, чем совершенный, которого не увидел никто.

За три года работы с искусственным интеллектом у меня сложился свой способ собирать проекты быстро и без ошибок, на которых обычно всё рушится. Здесь я его разворачивать не стану, это тема для отдельной книги. В нём своя математика, свои готовые

заготовки, и держится он на том, что несколько вещей соединяются в связку и работают только вместе, а не порознь. Уложить это в два абзаца нельзя, и честнее не пытаться. Скажу лишь, что способ есть и что он работает, а показываю я его там, где мы занимаемся этим вместе.

Инструменты

Теперь сами инструменты. Их немного, и пусть тебя не пугают незнакомые названия, устроены они на удивление просто: ты говоришь обычными словами, что хочешь, а они делают. Я разложу их от самого лёгкого входа до самого сильного, и рядом с каждым скажу, как его оплатить из России, чтобы вся картина была перед тобой сразу.

Самый лёгкий вход это Lovable на сайте `lovable.dev`. Ты открываешь его в браузере, пишешь словами, что хочешь получить, и он сам пишет код, собирает вид, подключает базу данных и выкладывает готовое приложение в сеть, а ты правишь дальше теми же словами, просто говоря, что поменять. Ставить на компьютер ничего не нужно, и в этом его сила, проще входа не бывает. Бесплатно он даёт несколько попыток в день, чтобы осмотреться, полноценная работа стоит около двадцати пяти долларов в месяц. Слабость его оттуда же, откуда сила: пока проект мал, всё летит, но стоит ему подрасти, и ты упираешься в потолок того, что сервис готов сделать за тебя. Рядом с ним Bolt и v0, устроены так же, приложение собирается в браузере разговором, и если Lovable не ляжет, посмотри на них.

Следующий по силе Cursor, отдельная программа для кода со встроенным искусственным интеллектом, которую ты скачиваешь и ставишь на компьютер. Он уже не прячет код, а показывает его и пишет вместе с тобой, и нужен там, где проект перерос браузер и требует более тонкой руки. Сила его в том, что ты видишь всё, что происходит, и держишь под контролем. Слабость в том, что для этого надо хоть немного понимать, на что смотришь, порог тут выше. Стоит около двадцати долларов в месяц.

Два самых сильных инструмента это Claude Code от компании Anthropic и Codex от компании OpenAI. Оба получают задачу словами, сами читают весь твой проект, пишут код, сами себя проверяют и доводят работу до конца. Работать с ними можно по-разному, и это стоит знать сразу, потому что людей отпугивает слово терминал. У обоих есть обычное приложение с понятным окном, есть версия в браузере, есть встроенность в тот же Cursor, есть работа в терминале, командной строке. Возможности везде одни и те же, отличается только вид, и если командная строка тебя смущает, начинать с неё не нужно, бери обычное приложение.

Claude Code сегодня сильнее всех доводит сложную задачу до конца в одиночку. Он глубоко вникает в проект, держит его в голове целиком и, прежде чем что-то менять, показывает план, который ты можешь поправить, пока он не начал. Codex устроен близко и умеет то же самое, а вдобавок понимает не только текст, но и картинки, ему можно показать нарисованный от руки макет и попросить собрать по нему. Он разностороннее, но с ним из России есть отдельная сложность, про неё скажу ниже.

Начни с Lovable сегодня же вечером, опиши что-нибудь небольшое и посмотри, как оно соберётся. Когда проект перерастёт его, ты почувствуешь это сам, и тогда придёт черёд Cursor, Claude Code и того способа, о котором я сказал.

Оплата из России

Эти сервисы не принимают карты, выпущенные в России, и вся трудность только в этом. Сам сервис работает исправно, преграда одна. Путь в обход несколько, разложу их от самого простого к самому хлопотному.

Первый и самый дешёвый, если у тебя есть за границей человек, которому ты доверяешь. У него есть иностранная карта, он оплачивает подписку на твой аккаунт, а ты возвращаешь ему рубли обычным переводом. Комиссии нет, ты платишь ровно цену подписки. Минус существенный, такой человек есть не у каждого.

Второй, если ты сам бываешь за границей или живёшь на две страны. Ты открываешь себе карту в зарубежном банке, в Казахстане, Армении, Эмиратах, и платишь ею напрямую, как любой человек в мире. Это самый спокойный вариант, ты ни от кого не зависишь. Загвоздка в том, что для открытия такой карты почти всегда нужно приехать в страну лично.

Про виртуальные карты, о которых ты наверняка слышал, скажу отдельно, потому что тут легко обмануться. Лёгкого решения они не дают. Надёжные виртуальные карты, вроде тех, что выпускают западные платёжные сервисы, всё равно требуют, чтобы у тебя уже был зарубежный аккаунт, то есть это тот же второй путь, только с лишним шагом. А сервисы, что обещают выпустить карту прямо на россиянина без зарубежного счёта, работают через раз: такие карты часто не проходят в оплате подписок, деньги на них застревают, и мороки с ними больше, чем пользы.

Третий путь, когда первых двух нет, это платёжные посредники. Ты платишь такому сервису рубли, а он своей зарубежной картой оплачивает подписку на твой аккаунт и берёт комиссию сверху. Способ рабочий, но требует внимания. Честный посредник оплачивает подписку на твой собственный аккаунт, и это правильно. А тот, кто продаёт готовый чужой аккаунт с уже оплаченной подпиской, тебе не нужен: такой аккаунт заблокируют в любой день за подозрительный вход, и ты потеряешь и деньги, и всё, что успел собрать. Бери того, кто платит на твой аккаунт, и смотри, сколько лет он работает, что о нём пишут люди и понятно ли берёт комиссию. Имен я не назову, тут всё меняется быстро, и за того, кого назвал бы сегодня, через месяц не поручусь. Кто ищет, тот найдёт, способов сейчас достаточно.

Четвёртый путь особый, он только для Claude Code и Codex. Их можно подключить не обычной подпиской, а по ключу, и тут уже есть российские сервисы, которые дают этот ключ за рубли, с обычной российской карты, без всякой заграницы. Ты платишь рублями, получаешь ключ, вставляешь его в инструмент, и он работает. Для этих двух это самый простой способ, если возиться с

картами и посредниками не хочется. Плата идёт не ежемесячно, а по расходу, сколько наработал, столько и списалось, и для начала это даже удобнее, ведь не переплачиваешь за то, чем не пользуешься.

И про Codex, как обещал. У него из России сложность не только с оплатой, но и с самим доступом, к нему нужно зарубежное подключение через VPN, тогда как остальным хватает решить один вопрос с деньгами.

О чём нельзя забыть по закону

И последнее, о чём я обязан предупредить, раз ты собираешь сервис, куда придут живые люди и оставят свои данные.

В России любой сайт, который собирает о человеке хоть что-то, по чему его можно узнать, имя, телефон, почту, подпадает под закон о персональных данных, его называют 152-ФЗ. Как только у тебя появляется форма регистрации или подписки, ты по закону отвечаешь за эти данные. Требуется закон немножко, но всерьёз. На сайте на видном месте должна лежать политика обработки данных, где сказано, кто ты, какие данные и зачем собираешь. И человек, прежде чем оставить свои данные, должен сам, отдельным действием, согласиться на их обработку, увидев эту политику, а не нажавшись на неё потом мелким шрифтом в углу. За то, что этого нет, штрафуют, и штрафы за последние годы заметно выросли.